



UNIVERSIDADE TÉCNICA DE LISBOA
FACULDADE DE ARQUITECTURA

O contributo dos blogues de Street Style para o sistema de moda

Sílvia Raquel Teixeira de Sousa
(Licenciado)

DISSERTAÇÃO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE EM
DESIGN DE MODA

Orientador Científico
Designer Ana Cristina Bolota Valério Couto

JÚRI

Presidente: Doutora Cristina Figueiredo
Vogal: Licenciado Luís Miguel Araújo Lavin
Vogal: Designer Ana Cristina Bolota Valério Couto

Lisboa, Dezembro de 2010

Agradecimentos

Quero começar por agradecer aos meus pais por sempre me terem apoiado em todas as minhas vontades e aspirações. Por todos os valores que me inculcaram desde criança e sobre os quais me ergo hoje como jovem adulta e por nunca me terem obrigado a viver segundo expectativas ou sonhos que não os meus. Sem eles, esta dissertação não seria possível.

Em termos académicos gostaria de agradecer ao Professor Moreira da Silva por nos proporcionar este Mestrado. Pela disponibilidade demonstrada ao longo do ano lectivo, pelos professores que convidou para aulas ou conferências e que nos deram importantes indicações para a realização das nossas investigações.

À minha orientadora Ana Couto por toda a disponibilidade para me orientar nesta investigação. Nas nossas conversas, ajudou-me a seleccionar aquilo que era importante e aquilo que era dispensável e por variadas vezes alertou-me para aspectos ou detalhes que ainda não tinha contemplado nas minhas reflexões. Com a sua ajuda consegui manter-me focada e evitar dispersões sem objectivo.

No desenvolvimento da minha dissertação tive de contactar com alguns bloguistas, elemento central da minha investigação. Conteí com a sua simpatia para utilizar as fotos postadas nos seus blogues bem como para responder ao questionário que lhes submeti. De facto, sem o seu contributo de pouco adiantaria todo este trabalho. Assim, deixo os meus sinceros agradecimentos a Gunnar Hämmerle do blogue *Styleclicker*, Carole Touati e Igor Sado do blogue *Lelook* e ainda a Frédéric Vielcanet do blogue *Easy Fashion*. Do blogue *O Alfaiate Lisboaeta*, José Cabral, que nos permitiu ter uma visão da panorama português de blogues de street style.

Para terminar gostaria ainda de referir os meus amigos, poucos mas valiosos, pela lealdade e incessante estímulo humano e criativo. À Ana, Marisa, ao Nuno e ao Gabriel, à Soraia, Grazi e Xana. Acredito no ser humano como projecto em eterna evolução e construção. Somos o resultado de todas as experiências que vivemos até hoje, de todas as pessoas com quem nos cruzámos, dos sucessos tanto quanto dos fracassos.

Esta dissertação reflecte este pensamento e foi uma oportunidade para adquirir novas ferramentas de trabalho, uma nova visão sobre vários assuntos, assim como novos interesses e curiosidades. Foi uma viagem profissional e académica tanto quanto humana. Independentemente dos resultados, garanto que termino esta jornada mais rica e completa do que quando a iniciei.

“Clothes are dreams translated into fabrics.”
Ted Polhemus

Resumo

A presente dissertação tem como objectivo estudar a relação entre o fenómeno do *street style* que é difundido nos blogues¹ e outras comunidades virtuais e as tendências apresentadas pela imprensa tradicional de moda.

Pretendemos perceber se existe alguma relação entre as tendências sazonais apresentadas nas revistas de moda e aquilo que estes novos suportes de comunicação divulgam, bem como se contribuem para o aumento da individualidade de estilos de vestir das comunidades urbanas.

De que forma poderão estes suportes de comunicação, mais democráticos, imediatos e dinâmicos influenciar a orgânica estabelecida entre designers, imprensa e consumidores?

Qual o contributo dos blogues de *street style* para a divulgação e consolidação da moda e quais as novidades que introduziram na forma como nos apresentamos, pensamos e vivenciamos a cidade.

Com a Revolução Industrial e o crescimento rápido das cidades, evoluiu também a forma como as pessoas se relacionavam entre elas. Entre multidões de estranhos que se cruzavam fugazmente a aparência e o vestuário ganharam importância acrescida (Entwistle 2000).

Hoje em dia, vários autores teóricos, bloguistas e fotógrafos de *street style*, bem como as pessoas que são fotografadas, celebram a cidade como cenário excitante onde tudo está a acontecer e novas ideias se desenvolvem. Ted Polhemus resume bem este espírito:

"Hanging out. (...) Auspicious moments. The art of being at the right place at the right time. Just hanging around. Looking sharp. All dressed up and nowhere to go. Doing nothing in particular."

¹ Ver glossário.

*Making history.*² (Polhemus, 1994, p.6)

A roupa que vestimos e as formas de adorno são expressivas da nossa personalidade, dos nossos gostos e grupos de afinidade. Numa época de produção massiva e consumo massivo procuramos a diferenciação da multidão. Os grandes centros cosmopolitas constituem o palco ideal para a exibição de um estilo único e pessoal, ao invés de uma moda colectiva e indiferenciada.

Esta investigação tem por objecto de estudo a estação Outono/Inverno 2008/09, baseando-se na análise de imagens recolhidas de diversos blogues europeus de street style e posterior confronto com os *trend reports* das revistas de moda da mesma estação. Para esta investigação consideraram-se apenas as imagens de street style femininas. Da mesma forma, as revistas consultadas — Vogue e Elle — dizem respeito apenas a womenswear.

Os resultados desta investigação serão de cariz qualitativo, recorrendo para tal, a metodologias de observação e estudos de caso. A validação das hipóteses será obtida através de recurso à opinião de perito, com entrevistas online. Não se pretende chegar a um consenso mas apenas obter as opiniões de outras fontes.

Palavras-chave:

- _ Moda/Estilo/Tendências (de moda)
- _ Identidade
- _ Cidade
- _ Street Style
- _ Sistema (convencional) de moda (i.e. semanas de moda e desfiles de criadores, tendências sazonais, imprensa escrita de moda)
- _ Novos suportes de comunicação (internet, blogues)

² T.L.: “Passando tempo. (...) Momentos auspiciosos. A arte de estar no sítio certo à hora certa. Estar na zona. Bem apresentado. Completamente arranjado e sem sítio para onde ir. Não fazendo nada em particular. Fazendo história.”

Abstract

This dissertation intends to study the relations between the phenomenon of street style diffused through blogs and other virtual communities and the trends presented by the traditional fashion press.

Our goal is to try to understand if there is some relation between seasonal trends shown in fashion magazines and what these new communication media diffuse, as well as if they contribute to the increase of individuality of dress styles in urban communities.

How can these communication media, more democratic, immediate and dynamic influence the relations established between designers, press and consumers?

How did street style blogs contribute to the spread and affirmation of this phenomenon and which are the news they've introduced in the way we present ourselves, think and live the city.

With the Industrial Revolution and fast growing cities, the ways in which people related to each other evolved. Among crowds of strangers that met briefly, appearance and clothing became ever more important. (Entwistle 2000).

Currently, many theoretic authors, bloggers and street style photographers, as well as the people they photograph celebrate the city as an excitant set where everything is happening and new ideas are developed. Ted Polhemus expresses this idea accurately:

"Hanging out. (...) Auspicious moments. The art of being at the right place at the right time. Just hanging around. Looking sharp. All dressed up and nowhere to go. Doing nothing in particular. Making history." (Polhemus, 1994, p.6)

The clothes we wear and adornment forms are expressive of our personality, of our tastes and affinity groups. In a time of mass production and mass consumption, we aspire to be differentiated from the crowds. Big

cosmopolite cities are the ideal stage for the exhibition of a unique and personal style, instead of a collective and undifferentiated fashion.

This investigation is focused on the Fall/Winter 2008/09 season, and based on the analysis of images collected from several European street style blogs to later compare them to the trend reports from fashion magazines corresponding of the same season. To this investigation we considered street style posts regarding women. Likewise, the magazines we researched — Vogue and Elle — are aimed at womenswear.

The results from this investigation are qualitative, using methodologies of observation and case studies. The validation of the hypothesis will be obtained by expert opinion, with online interviews. We don't wish to achieve consensus but solely to obtain opinion from other sources.

Key-words:

- _ Fashion/Style/(Fashion) Trends
- _ Identity
- _ City
- _ Street style
- _ Traditional fashion system (i.e. fashion weeks and designer runway shows, seasonal trends, printed fashion press)
- _ New communication media (Internet, blogs)

Sumário

A presente dissertação encontra-se dividida em sete capítulos fundamentais, aos quais se seguem os elementos pós-textuais. Na introdução apresentamos uma panorâmica do trabalho, incluindo os principais conceitos e objectivos da investigação que fundamentam e balizam a nossa investigação. Apresentamos a questão de investigação que nos motivou e os métodos escolhidos para a investigação, definimos os objectivos da investigação e as metodologias de investigação utilizadas.

Na alínea 2 discorremos sobre vários assuntos que são importantes para definir o sistema de moda. Aprofundamos a definição de moda, a sua evolução histórica, a influência dos contextos sociais e económicos e a sua relação com o tempo. Identificamos as épocas de maior evolução da moda, as mudanças de paradigma e a evolução da relação entre moda e sociedade. Debruçámo-nos sobre a dicotomia moda e estilo — quais as diferenças e relações de interdependência e complementaridade entre estes conceitos. Analisamos o desenvolvimento das tribos urbanas e subculturas de estilo, a importância da cidade na promoção da cultura urbana e estilos alternativos de moda. Reflectimos sobre os meios de comunicação de moda procuramos perceber de que forma têm evoluído. Nos contextos actuais qual a importância dos meios de comunicação e de que forma se processa os diálogos entre a indústria de moda (designers, criadores, semanas de moda, confecção), a imprensa e o público consumidor de moda. Neste âmbito fazemos a ponte para a Internet como meio de comunicação de massas e traçamos a evolução da blogosfera de street style. Qual o papel que o bloguista desempenhará no novo século? Qual a sua influência na engrenagem de moda que conhecíamos até agora? Quais as relações que este estabelece com a cidade, com os seus habitantes, com a moda... Quais

as evoluções que iremos sentir como consequência da nova ordem estabelecida?

A terceira secção apresenta a nossa questão de investigação e a secção seguintes apresenta todo o design de investigação planeado para levar a cabo o nosso exercício prático, incluindo todas as metodologias de selecção e análise relativas quer à blogosfera, quer à imprensa tradicional e às tendências de moda da estação Outono/Inverno 2008/09. Confrontamos as conclusões retiradas da análise da blogosfera com os trend reports avançados pela imprensa especializada.

As hipóteses desenvolvidas pelo investigador serão postas em perspectiva com as respostas obtidas através de entrevistas online, auscultando a opinião dos bloguistas sobre os assuntos tratados. Os resultados da investigação e a validação das hipóteses desenvolvidas estão sistematizados na quinta e sexta secção. A conclusão apresenta os objectivos alcançados e indica algumas orientações para investigações futuras.

Nos elementos pós-textuais encontram-se as referências bibliográficas e bibliografia, glossário, apêndices e anexos, com os documentos de apoio utilizados durante a investigação.

Índice Geral

1. Introdução	1
2. Moda	11
2.1) Moda e Tempo — alguns factores marcantes na evolução da moda	11
2.1.1) Da Idade Média à Revolução Industrial	11
2.1.2) Do século XX à actualidade	16
2.2) Definição e balizamento do conceito — o sistema da Moda	26
2.3) Moda e Estilo — identidade, obediência e subversão	32
2.4) Street style: das primeiras tribos até ao “ <i>supermarket of style</i> ”	37
2.5) A cidade como galvanizador do street style	42
2.6) Fotografia de Moda e Fotografia de street style: principais características e diferenças	45
2.7) Moda e meios de comunicação	50
2.7.1) Internet e Blogues: novos suportes de comunicação, novos formatos	57
2.8) Blogues de street style: levantamento e caracterização do panorama europeu actual	62
2.8.1) Perfil e caracterização do bloguista de street style: o fotógrafo-herói e o flâneur	64
2.8.2) Relação do bloguista com os leitores	70
3. Qual a relação entre as tendências apresentadas na imprensa e as escolhas de moda dos consumidores?	71
4. Métodos e Materiais	72
4.1) Metodologias de selecção e análise	72
4.2) Critérios de selecção dos blogues	73
4.2.1) Selecção final de blogues	74
4.2.2) Contacto com os bloguistas	75
4.2.3) Levantamento das imagens da blogosfera	76

4.3) Meios de comunicação tradicionais: critérios de selecção e método de análise dos suportes	77
4.3.1) Levantamento das tendências de moda, estação Outono/Inverno 2008/09	78
4.4) Entrevistas online	83
4.4.1) Estrutura das entrevistas	84
5. Análise e comparação das fontes	84
5.1) Análise e comparação das imagens da blogosfera	84
5.2) Análise e comparação das tendências apresentadas	86
5.3) Confronto entre blogosfera e imprensa: semelhanças e diferenças	94
5.4) Análise e comparação das entrevistas	110
6. Resultados da investigação — validação das hipóteses	112
7. Conclusão, limitações do estudo e orientações para futuras investigações	113
8. Elementos Pós-textuais	117
8.1) Referências Bibliográficas	117
8.2) Bibliografia	124
8.3) Glossário	132
9. Apêndices	135
Apêndice 1 — carta de apresentação	135
Apêndice 2 — questionário	136
Apêndice 3 — tabela de respostas	139
Apêndice 4 — confronto blogosfera/tendências de moda	146
10. Anexos	147
Anexo 1 — questionário Easy Fashion	147
Anexo 2 — questionário Lelook	152
Anexo 3 — questionário Style/Clicker	155
Anexo 4 — questionário O Alfaiate Lisboaeta	158
Anexo 5 — Suplemento Especial Moda Inverno 2008, Vogue Portuguesa	162
Anexo 6 — Revista Extra Moda, Expresso	167
Anexo 7 — www.style.com, trend reports	168

Índice de Imagens

Imagem 1	3
Imagem 2	5
Imagem 3	8
Imagem 4	22
Imagem 5	46
Imagem 6	47
Imagem 7	47
Imagem 8	48
Imagem 9	87
Imagem 10	87
Imagem 11	87
Imagem 12	88
Imagem 13	88
Imagem 14	88
Imagem 15	89
Imagem 16	89
Imagem 17	89
Imagem 18	90
Imagem 19	90
Imagem 20	90
Imagem 21	91
Imagem 22	91
Imagem 23	91
Imagem 24	92
Imagem 25	92
Imagem 26	92
Imagem 27	93

Imagem 28	93
Imagem 29	93
Imagem 30	94
Imagem 31	94
Imagem 32	94
Imagem 33	98
Imagem 34	98
Imagem 35	98
Imagem 36	99
Imagem 37	99
Imagem 38	99
Imagem 39	101
Imagem 40	101
Imagem 41	101
Imagem 42	101
Imagem 43	101
Imagem 44	102
Imagem 45	102
Imagem 46	102
Imagem 47	103
Imagem 48	103
Imagem 49	104
Imagem 50	104
Imagem 51	104
Imagem 52	104
Imagem 53	104
Imagem 54	105
Imagem 55	105
Imagem 56	105
Imagem 57	106
Imagem 58	106
Imagem 59	106

Imagem 60	107
Imagem 61	107
Imagem 62	107
Imagem 63	107
Imagem 64	107